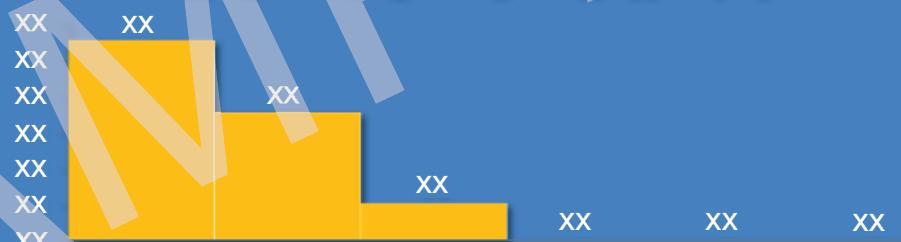


# بررسی حضور گروه کالایی آدامس در فضاهای فروشگاه

در بخش بررسی فعالیتهای ترفيعی و رونق افزایی (merchandising) این گزارش، فضاهای فروشگاهی به شش قسمت اصلی تقسیم شده که عبارتند از: ویترین بیرونی، قفسه های داخلی، پیشخوان، استندهای اختصاصی و عمومی، کف و بیرون فروشگاه. با توجه به نمودار زیر، گروه کالایی آدامس به منظور دسترسی آسان فروشنده، بیشترین حضور را در پیشخوان و استندهای اختصاصی داشته و در دکه ها، بیشترین حضور را در ویترین بیرونی دارد.

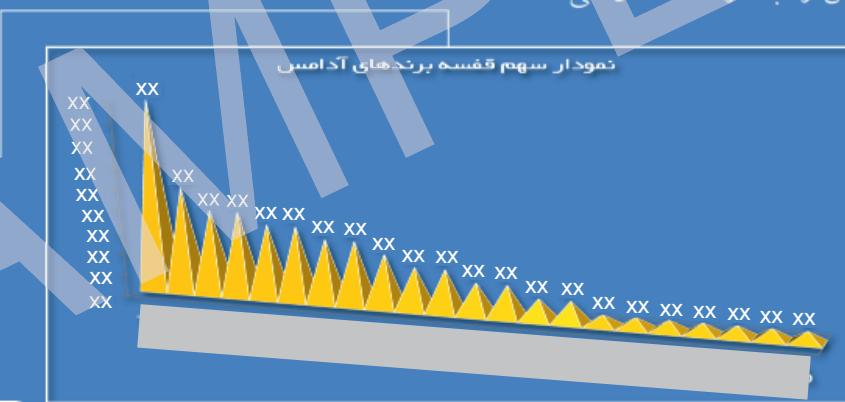


نمودار حضور گروه کالایی آدامس در فضاهای فروشگاه



# بررسی سهم قفسه برندهای آدامس در فضاهای فروشگاه

سهم قفسه (shelf share) یک شاخص کمی هست که با شمارش تعداد کالا در قفسه‌ها حاصل می‌شود. این شاخص مکمل سهم بازار (حجم و ارزش) بوده و نشانگر دسترسی آسان مصرف کنندگان به محصول بوده که سبب عدم انتخاب سایر برندهای در اثر عدم شارژ به موقع می‌شود. البته در چند سال اخیر، انتخاب اجباری برخی برندهای داخلی در اثر تقلیبی بودن برندهای معروف خارجی، عدم اعتماد و اطمینان مصرف کنندگان نهایی را به دنبال داشته است. نمودار زیر سهم قفسه برندهای آدامس را به درصد نشان می‌دهد.



شمارش برندها با روش تصویر  
شماری، روش سخت اما دقیقی  
است.